

mercadoindustrial.biz
punto de encuentro de la industria
Nº 59 Revista de información multisectorial para la industria con novedades en maquinaria, logística, tecnología y servicios.

TECNOLOGÍA Y EMPRESA

Entrevistas:

"Los directores generales no deben esclavizarse a la tecnología"

David Mills, vicepresidente ejecutivo de operaciones de Ricoh Europe

"Perder rentabilidad y productividad por la gestión inadecuada de la seguridad de los equipos informáticos"

Israel Zapata Palacio, director técnico de Secura IT

Y mucho más...

SIL 2012
BARCELONA

Logística = a Rentabilidad



14º Salón Internacional de la Logística y de la Manutención

10º Forum Mediterráneo de Logística y Transporte

Del 5 al 7 de Junio de 2012
Recinto de Gran Vía de Fira de Barcelona
Barcelona-España





www.silbcn.com

mercadoindustrial.biz
punto de encuentro de la industria



Afrontar retos en un año complicado

Acabamos de comenzar un nuevo ejercicio con las ilusiones puestas en que todo irá a mejor. Somos optimistas, ya que tenemos todos los elementos para iniciar la remontada de un pozo en el que nunca debimos caer, y sabemos que la experiencia es la mejor escuela para no volver a tropezar. Al menos, debemos confiar en nuestras instituciones y poner nuestro empeño en que no hay mejor receta que el trabajo día a día para afrontar cualquier reto colectivo o individual. Así lo vamos a hacer y en diciembre ya hablaremos.

Si no les sirven estos argumentos, de momento encontrarán en estas páginas algunos consejos interesantes para aplicar en la actividad empresarial y profesional. David Mills, de Ricoh Europe, nos cuenta cómo debemos afrontar la implementación de nuevas tecnologías en la empresa. En otro orden, Israel Zapata, de Secura IT, nos pone al corriente de los riesgos de la falta de seguridad informática y su efecto en la productividad y la rentabilidad. Finalmente, Alberto David Rodríguez, de IOMarketing, nos explica su visión sobre el panorama actual de los medios de comunicación. Además encontrarán interesantes ejemplos de soluciones de almacenaje, aplicaciones de tecnología, responsabilidad social y muchas otras informaciones.

Una vez más, esperamos que disfruten de la selección de noticias, artículos y entrevistas que les proponemos.

Lino Hernández Rué
Lic. Periodismo UAB

Arriba

Las empresas que tienen buenas noticias que contar porque ayudan a cambiar la mentalidad pesimista que nos invade.

Las nuevas tecnologías, en tanto que mejoran la calidad de vida y dinamizan la economía.

El ahorro y los recortes en todas las administraciones cuando se producen con proporcionalidad y justicia.

Abajo

Los malos ejemplos de algunos abusos cometidos bajo la capa de la responsabilidad social y mecenazgo.

El “todo vale” para estar arriba. Hay que denunciar siempre a quien se salta las normas.

Las multas y sanciones, cuando son ineficaces en proporción a la falta.

"Los directores generales no deben esclavizarse a la tecnología"



David Mills, vicepresidente ejecutivo de operaciones, Ricoh Europe

Recientemente un estudio realizado por Economist Intelligence Unit (1) arrojó datos sorprendentes sobre los procesos de implementación de la tecnología en las empresas. A prácticamente un tercio (31%) de los directivos de las compañías les preocupa que las nuevas tecnologías, y no las necesidades empresariales, dicten la dirección de sus organizaciones en el futuro y el modo en el que éstas se gestionan.

¿Cómo deben las empresas afrontar este cambio tecnológico con tal de no perder ventaja competitiva?

Resulta crucial que los directivos de las organizaciones no se consideren prisioneros de la tecnología. Al contrario, deben disponer de la experiencia y herramientas adecuadas para asegurar que maximizan el uso de la tecnología en la implementación de procesos de negocio innovadores para el futuro. Los procesos optimizados permitirán una reacción más rápida a las necesidades de los clientes, fomentarán la transmisión del conocimiento entre los empleados y garantizarán una estructura empresarial ágil y flexible.

¿Cómo pueden los CEO asegurarse de que la implementación de estos procesos tecnológicos satisfará las necesidades empresariales y garantizará la competitividad de su organización en el futuro?

Analizando el camino por el que transita la información empresarial crítica antes de convertirse en conocimiento y añadir valor al negocio. La información es uno de los principales activos de las compañías, proporciona la ventaja competitiva y define el propósito y el enfoque de una organización. Los empleados deberían poder acceder a la información adecuada con la máxima rapidez para apoyar su actividad principal. Empiece con una auditoria de los procesos de información, es decir, el núcleo de la organización. Normalmente, estas operaciones incluyen las transacciones comerciales, las nóminas de los empleados, los procesos de facturación y de compromiso con los clientes.

¿De qué manera se pueden detectar los puntos críticos de ineficiencia en el proceso de gestión documental de una organización?

Hay que evaluar la eficiencia de los principales procesos desafiando la forma tradicional de hacer las cosas. No cabe duda de que los procesos fueron eficientes en el momento en el que se implementaron pero, ¿satisfacen las necesidades empresariales en el entorno del Big Data actual?

Cuestionar el status quo permitirá a las organizaciones detectar los cuellos de botella que afectan a la agilidad empresarial. A modo de ejemplo, un cliente de Ricoh del sector público en España revisó la forma en que se procesaban los formularios que diariamente recibía de particulares. Tras rediseñar el proceso completo, introducir la digitalización e integrar un sistema ERP, el tiempo de procesamiento de las aplicaciones se redujo de varios días a escasos minutos.



(1) Economist Intelligence Unit. Resumen Ejecutivo - Frontiers of disruption: The next decade of technology in business. Patrocinado por Ricoh. Octubre de 2011

mercadoindustrial.biz
punto de encuentro de la industria

¿Puede crear este cambio algún tipo de brecha tecnológica que afecte a la productividad de los trabajadores como consecuencia de la dificultad de adaptar sus tareas al cambio?

El lugar de trabajo seguirá cambiando pero si se han optimizado los principales procesos empresariales y se ha revisado el rendimiento de manera continua, la organización puede mantener sólidamente su enfoque hacia la consecución de los objetivos empresariales. Se deberán realizar auditorías regularmente, (hay que incluir este servicio en cualquier acuerdo que se realice con un experto) para identificar nuevos ámbitos de optimización y mejora.

El resultado final muestra que los procesos empresariales son determinados por las necesidades del negocio. No por un proceso tecnológico que no se utiliza en su máxima capacidad y, además, no añade valor al negocio principal; como suele pasar.



No cabe duda de que las organizaciones que triunfarán en el futuro serán aquellas que aborden el cambio, implementen con éxito las ventajas que se obtendrán de la innovación tecnológica y garanticen la optimización con el propósito de mejorar su infraestructura de información futura y obtener un perfil competitivo.

www.ricoh.es/pensamientolider

Clase10 e Intermec automatizan un almacén de bobinas de acero

ArcelorMittal ha llevado a cabo la automatización de su almacén de bobinas de acero de Sagunto (Valencia) con una aplicación desarrollada por la compañía valenciana Clase10 sobre terminales Intermec, conocida con el nombre de ALZA. El almacén, con unas dimensiones de 50.000 metros cuadrados y una capacidad de más de 2.000 bobinas, cuenta con 6 puentes grúas que son los encargados de manejar las bobinas de acero desde su entrada en el mismo hasta su expedición.

La nueva solución está basada en la combinación de diferentes tecnologías. En primer lugar se han instalado en los puentes-grúa una serie de dispositivos láser que informan con gran precisión de su ubicación dentro del almacén. De esta forma el operario al mando del puente-grúa puede manejarse de forma exacta a la hora de manipular las bobinas. Igualmente se ha realizado un nuevo mapa del almacén, dividido en zonas. El sistema conoce en cada momento qué productos hay en cada zona y facilita las órdenes al operario.



www.clase10.es
www.intermec.es
www.arcelormittal.com

Danone también confía en Toolsgroup

La compañía internacional especializada en planificación de la cadena de suministro conducida por la demanda, ToolsGroup, anuncia que Danone Italia, sociedad del Grupo Danone, ha decidido implantar la solución avanzada Service Optimizer 99+ (SO99+) para la planificación de la demanda y la optimización de las acciones promocionales de los productos frescos.

El Proyecto completa la puesta en marcha de Disc'Over, la nueva plataforma tecnológica de Danone que pone en contacto el mundo de las ventas, de las previsiones de venta y del mundo de las finanzas, y está basado en un potente modelo analítico llamado "Trade Promotion Forecasting", para tener en cuenta las promociones comerciales y para prever sus efectos.

Danone ha obtenido unos modelos detallados y robustos que les ha permitido generar un forecast ajustado, tanto de la previsión base como de las más ventas derivadas de las promociones. Tal es así que Danone en Italia ha reportado haber conseguido reducciones del 20% en el error del forecast (incrementando así su forecast accuracy hasta el 92%), reducciones del 30% en ventas perdidas (incrementando el nivel de servicio global hasta el 98,6%) y, en consecuencia, reducciones del 30% de obsolescencia de sus productos. Además han conseguido conectar e integrar con éxito sus departamentos de ventas, comercial, Forecast, planificación de cuentas y finanzas.

ToolsGroup



www.danone.es
www.toolsgroup.com

Burdinola recibe una amplia cartera de proyectos

La firma Burdinola se consolida como aliado tecnológico de entidades investigadoras de relevancia a nivel estatal, a través de su participación en el equipamiento de importantes laboratorios.

Dentro del campo universitario, ha sido adjudicatario de diversos proyectos, entre los que destaca la adaptación y puesta en marcha de los laboratorios de la nueva Facultad de Ciencias de la Universidad de Valladolid

En el sector hospitalario, la firma está ultimando el equipamiento de los laboratorios del nuevo Hospital Universitario de Burgos, que estará dotado con 2.000 m2 de laboratorios e infraestructura muy avanzada. En otros sectores, como el alimentario, Burdinola se ha adjudicado el suministro, montaje e instalación de los laboratorios asociados al edificio Fruitcentre perteneciente al Instituto Catalán de Investigación y Tecnología Alimentaria –IRTA-; y en el farmacéutico, con un proyecto para Laboratorios Cinfa, en Navarra. En el campo de la investigación la firma se encargará de los laboratorios de Tarragona del Institut de Recerca en Energía de Catalunya –IREC- y aportará soluciones para el centro tecnológico TEKNIKER de Eibar.

www.burdinola.com



Norbert Dentressangle consolida su presencia en China

El operador logístico global especializado en servicios de logística, distribución y transporte terrestre, marítimo y aéreo, ha anunciado que ha finalizado la adquisición de la empresa transitaria china, APC Beijing International.

APC Beijing International registró una cifra de negocios en 2010 de 50 millones de euros. Contaba con 270 empleados y una red de 16 oficinas que cubren las principales regiones chinas, costeras y del interior del país.

Esta adquisición, pagada en su totalidad en efectivo gracias a los activos disponibles de Norbert Dentressangle, viene a reforzar la red de Norbert Dentressangle en China, un importante enclave del comercio internacional. La operación también fortalece la oferta de servicios aéreos del operador logístico.



Norbert Dentressangle en la actualidad se ha posicionado como un actor importante del sector del transporte de mercancías, la logística y el freight forwarding a nivel mundial. En concreto, su división de freight forwarding alcanza ya los 500 empleados y 39 oficinas en 10 países de cuatro continentes (Europa, América del Norte, América del Sur y Asia).

www.norbert-dentressangle.com

Picking Pack continúa su expansión

La firma ha sido la franquicia de papelería y material de oficina, con más crecimiento en 2011, tal como lo avalan sus 10 nuevas tiendas inauguradas. La marca es líder en la zona Levante con 44 centros, a nivel nacional se han cubierto poblaciones importantes como: Vigo, Santander, Ponferrada, alcanzando la cifra de 100 puntos de venta. El objetivo que se ha fijado la compañía franquiciadora es crecer hasta las 120 franquicias en dos años.

Las tiendas Picking Pack, son espacios comerciales entre 100m2 a 180m2, diáfanos y con escaparates amplios, para potenciar las ventas de calle y sus zonas más próximas de oficinas, de material de oficina, productos marca Picking Pack, informática, consumibles, escolar, mobiliario y reprografía.



www.pickingpack.es

mercadoindustrial.biz
punto de encuentro de la industria

AFM y AMT unen sus fuerzas y crean una nueva organización



Recientemente se ha finalizado el proceso de integración que AMT (Asociación Española de Fabricantes de Accesorios, Componentes y Herramientas) y AFM (Asociación Española de
Fabricantes de Máquinas-herramienta) iniciaron hace casi dos años, con el objetivo de convertirse en una única Asociación, más fuerte y representativa, y con renovadas capacidades de prestar servicio al sector de las tecnologías de fabricación. Las asambleas de ambas asociaciones han aprobado los estatutos de la nueva asociación, y han elegido a los 17 miembros de su consejo directivo que estará presidido por José Ignacio Torrecilla

El responsable de esta nueva organización reveló que:*"aunque 2011 ha sido un ejercicio desigual por subsectores y tipología de empresas, en general los resultados tanto en captación como en producción serán mejores que en 2010. Las empresas más internacionalizadas se han comportado mejor, pudiendo eludir en cierto modo los bajos niveles de consumo del mercado interior. Esperamos un crecimiento cercano al 20% tanto en facturación como en exportaciones."*

"*Para 2012,*" afirmó, *"esperamos una situación más complicada, con un descenso de la demanda generalizado, al menos durante el primer semestre. Confiamos en que la situación revierta en la segunda parte del año y que la recuperación del mercado nacional sea una realidad próxima. Para ello pondremos todo nuestro esfuerzo y empeño en la BIEMH 2012, la Bienal de la Máquina-herramienta, que se celebrará del 28 de mayo al 2 de junio en BEC (Bilbao Exhibition Center)."*

Según informan desde AMT, la nueva masa social de esta organización contará con 138 empresas asociadas con un potencial de facturación cercano a los 1.500 millones de euros. El Sector representado supone un colectivo de 7.000 personas empleadas de manera directa, y se estima que, al menos, otros tantos de manera indirecta.

www.afm.es



“Las empresas españolas pierden rentabilidad y productividad por la gestión inadecuada de la seguridad de sus equipos informáticos”



Israel Zapata Palacio, director técnico de Secura IT

¿La crisis económica no es la única responsable de las pérdidas económicas y de productividad que se producen en las pymes de nuestro país?

A pesar de que muchas pymes sufren pérdidas económicas o de productividad siguen sin apostar por la seguridad informática porque para ellas es la gran desconocida o la relacionan sólo con antivirus y hackers, los cuales son una pequeña parte de la seguridad de la información.

A esto hay que sumar que subcontratan el mantenimiento de sus ordenadores a empresas de mantenimiento informático que, aunque son grandes expertas en su campo, desconocen el mundo de la seguridad informática.

Muchas de ellas venden productos de seguridad informática pero los dejan sin la configuración apropiada o no dan el seguimiento adecuado. Este desconocimiento general causado por la rápida incursión de Internet en la vida diaria de las pymes y la falsa creencia de que estos servicios son caros hacen que muchas empresas ni se planteen invertir en seguridad informática”.

¿Cuáles son los beneficios de contar con una buena gestión de seguridad informática?

En estos momentos de crisis es cuando tenemos que intentar ser lo más productivos posible y la seguridad nos ayuda a serlo. ¿Cuánto cuesta al mes un trabajador que dedica cuatro horas de su jornada laboral a las redes sociales sin que nos demos cuenta? ¿Cuánto cuesta un email de un cliente perdido? ¿Qué impacto económico tendría el perder todos los datos de nuestra empresa por un virus, un hacker o simplemente un empleado descontento?”.



“En estos momentos de crisis es cuando tenemos que intentar ser lo más productivos posible y la seguridad nos ayuda a serlo.“

¿Puede explicar algunas de las razones indispensables para cuidar de la seguridad de nuestros equipos?

En primer lugar para protegerse de los peligros de Internet y evitar que un hacker o un virus se meta en la red y borre o robe nuestros datos.

En segundo lugar para cuidar los recursos de las empresas de esos empleados que pasan gran parte del tiempo conectados a Facebook, escuchando la radio online, leyendo periódicos deportivos. Le avisa cuando uno de ellos visite páginas de búsqueda de empleo, controla que solo tiene acceso a lo que le corresponde.

Además también ayuda a que la empresa nunca pierda su conexión a Internet, a que sus vecinos no se conecten a su Wifi ilegalmente, a que sus trabajadores puedan trabajar desde cualquier parte del mundo como si estuvieran físicamente conectados a la oficina incluso aunque solo tengan un iPhone o un iPad en ese momento.

Una última razón es la de evitar que perdamos el tiempo borrando correo basura o esperando un correo que ha sido descartado por sistema antispam y nunca nos llegará, o rehaciendo un documento porque no había copia de seguridad.

En cuanto a las claves entre tener o no tener una buena seguridad informática, ¿cuáles son?

Por un lado, que la empresa que lo ofrezca esté especializada en seguridad informática y sea experta en

la solución. Y por otro, contratar productos conocidos en el mercado y adaptados a cada necesidad.

Una de las principales situaciones que nos encontramos en los contactos que abrimos que ya tienen alguna solución de seguridad es que están sin la configuración apropiada y que ni siquiera la empresa que se lo ha montado sabe muy bien cómo funciona el producto. En estos casos desplegamos inmediatamente a nuestros ingenieros y consultores para analizar el problema y dar una solución rápida para que la empresa vuelva lo antes posible a su estado de normalidad. Siempre se consigue volver a la normalidad pero las pérdidas ocasionadas por el incidente revelan continuamente algo muy importante en lo relativo a cualquier tipo de seguridad: La prevención es básica".

www.secura.es

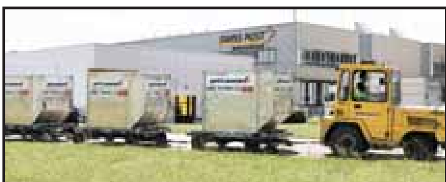


Secura presta servicios de Consultoría, Auditoría, Formación e Integración únicamente en el ámbito de la seguridad informática y las telecomunicaciones. Es precisamente esta especialización la que da valor a la compañía. Cuenta con el primer Centro de Soporte de Seguridad de la Información (CSSI) para PYMES de España. Desde este centro, se analiza de forma continuada la seguridad de sus clientes y se dan soluciones efectivas a sus problemas. Además firmó un acuerdo con NETASQ, empresa líder en la venta de firewalls a nivel europeo, para dar en exclusiva el soporte de sus productos en España a través del CSSI.

La Poste y Swiss Post preveen una alianza postal

Dos de los principales operadores europeos de correo, La Poste (Francia) y Swiss Post (Suiza), han anunciado su intención de fusionar sus respectivas actividades de correo transfronterizo con el fin de mejorar y desarrollar sus negocios de correo internacional. La alianza podría entrar en funcionamiento durante el año 2012 como una compañía «joint venture» participada a partes iguales por La Poste y Swiss Post, que se convertiría en uno de los principales actores de este sector. La creación de esta «joint venture», que ha sido aprobada por los Consejos de Administración de ambas empresas, depende de la obtención de todas las aprobaciones reglamentarias necesarias.

www.laposte.fr/legroupe
www.swisspost.ch



Importante acuerdo tecnológico entre Adif y Bombardier

El presidente de Adif, Antonio González Marín, y el presidente de Bombardier en España, Álvaro Rengifo Abbad, han suscrito un convenio marco de colaboración en materia de investigación y desarrollo tecnológico para la incorporación de Bombardier al Centro de Tecnologías Ferroviarias (CTF) de Adif en el Parque Tecnológico de Andalucía (PTA) de Málaga.

El acuerdo, que estará vigente hasta final de 2012 con posibilidad de ampliarse dos años más. En este sentido, Adif y Bombardier colaborarán en la realización de estudios y la ejecución de proyectos y programas de investigación, desarrollo e innovación en áreas científicas de interés común, compartiendo, en su caso, instalaciones para el desarrollo de este tipo de actividades, preferentemente en el campo de los ensayos y la formación.

La colaboración entre Adif y Bombardier también podrá materializarse en la creación de consorcios público-privados para la presentación de proyectos de I+D+i a convocatorias de ayudas nacionales y comunitarias, o para la presentación de ofertas conjuntas a licitaciones internacionales.

Finalmente, Adif y Bombardier cooperarán en programas de formación de personal investigador y técnico, y organizarán actividades comunes relacionadas con la promoción social de la investigación y el desarrollo tecnológico.

www.bombardier.com
www.adif.es



Difícil panorama de los medios de comunicación



Alberto David Rodríguez, director de marketing en IOMarketing

El sector de los medios de comunicación ha sufrido una evolución tan rápida que ni a los propios medios les ha dado tiempo a asimilarlo.

Los limites tradicionales de los medios de comunicación ya no tienen sentido. Ahora las empresas y los usuarios particulares son medios de comunicación. Son a la vez generadores, editores y difusores de sus propios contenidos y mensajes para sus públicos de interés.

En el caso de las empresas, se trata de clientes, socios, o stakeholders que sean favorables para la consecución y alcance de sus objetivos de negocio.

El avance tecnológico ha hecho posible esta modificación del panorama de la información, surgiendo nuevas formas de comunicar muy enfocadas en al mundo online y que ya, hoy en día, son de uso común en toda la sociedad. (Blogs corporativos, redes sociales, RSS, etc…).

Esta evolución natural es un claro ejemplo de adaptación de Internet a las necesidades de los usuarios algo que los medios todavía no han realizado. Donde antes había webs estáticas ahora está la web conocida como 2.0, muy enfocadas a la interacción con el usuario final.

Esta normalización de la comunicación virtual, está provocando problemas graves para los medios tradicionales. Están proliferando generadores de contenido alternativos



muy segmentados y muy enfocados en públicos concretos. Esto provoca que los ingresos por campañas de publicidad y marketing que los medios contaban tradicionalmente se estén segmentando, ya que cada vez más, se buscan nichos donde se encuentre muy enfocado el consumidor que desea una marca concreta.

Históricamente la política de los medios generalistas ha sido intentar llegar al mayor número de consumidores/espectadores luchando por el temido Share en televisión o la difusión en medios escritos. Esto fue una métrica válida cuando existían 4 cadenas de televisión y un puñado de publicaciones.

Pero ahora resulta insostenible; la sociedad ha cambiado y los medios deben cambiar con ellos. Para ello el medio tiene una decisión difícil; o seguir ofreciendo contenidos generalistas para un público que cada vez más está menguando, o especializarse por perfiles concretos en busca del target.

La primera de las opciones, en mi opinión, llevaría tarde o temprano al fracaso, ya que las nuevas generaciones hambrientas de información y contenidos, no están acostumbrados a esperar que les llegue la información sino que la buscarán por todos los medios a su alcance. Solapando en ocasiones medios tradicionales como televisión, radio, prensa con medios de última generación como redes sociales, blogs y medios online específicos del contenido que desean.

Con respecto a la segunda opción, existe un gran problema. La especialización en grupos concretos hace que por el gran número de ellos que se puede tipificar sea inviable la producción de materiales de gran calidad tanto técnica como en contenidos.

Y es por ello que en estos medios prima la rapidez a la hora de ofrecer la información para estar a la cabeza, incluso utilizando materiales amateur y no profesional en sus informaciones. Pero como ventaja, el medio se convierte en un medio personalizado, ofreciendo su contenido cuándo, dónde y cómo el usuario desea.

Llegados a este límite de segmentación, los contenidos publicitarios y de marketing están capacitados para

realizar campañas hasta ahora impensables, basadas en comportamientos, ubicaciones, perfiles, sexo, edad, gustos, y cualquier variable que el usuario comparta con el medio.

Y aquí es donde las compañías ven el filón ya que hasta ahora debían conformarse con llegar a la gran mayoría para poder impactar en un potencial público de su producto y claro está, a un elevado coste.

Pero lo verdaderamente impactante es que las empresas no sólo buscan medios especializados para sus campañas, sino que crean sus propios medios enfocados en el público que desean y ofreciéndoles contenidos que ellos determinan o en colaboración con los usuarios.

Y lo que es obvio: los clientes y consumidores han cambiado, pasando de meros espectadores pasivos a tener presencia activa, a interactuar, opinar y elegir lo que más se adapta a sus necesidades. Éste es el cambio que se espera de los medios, primero como canal y segundo como agente de interacción con sus públicos. Sobrevivirán aquellos que sepan dialogar e interactuar con sus lectores, "escuchantes" o espectadores y sepan cubrir sus necesidades.

Aún así, este cambio en el modo de consumo de la información, pasa por un cambio generacional, es innegable que la edad media de audiencias de medios tradicionales como la televisión o la radio sigue en aumento, por lo que hoy por hoy deben convivir estas dos tendencias. Lo realmente difícil para los medios, es saber qué peso dar a cada una de ellas y qué vida le queda al medio tradicional tal y como lo conocemos ahora. ´

www.iomarketing.es



Nutreco elige a Alfaland como proveedor de manutención

La compañía española especializada en soluciones globales para la cadena de suministro, ha sido elegida por la Nutreco para proveer de equipos y servicios de manutención varias plantas de sus empresas subsidiarias Nanta, Grupo Sada, Skretting y Trouw en España y Portugal.

Nutreco es una de las mayores compañías multinacionales del sector agroalimentario. De origen holandés, está presente en España como Nutreco España y desarrolla sus actividades a través de varias empresas, entre las que se encuentran Nanta, Grupo Sada, Skretting y Trouw, dedicadas a piensos compuestos para animales, avicultura y procesamiento avícola, alimentación para peces y alimentos para la industria animal, respectivamente.



www.alfaland.es
www.nutreco.es

TENESO Europe se expande en los países nórdicos

El grupo especializado en gestión logística del sector de alta tecnología, TENESO Europe, continúa su proceso de expansión con la incorporación de un nuevo socio en Noruega. Ello posibilita que las compañías de la red, entre las que se encuentra la española G3 Logistic & Tech, amplíen su cobertura y servicios en los países nórdicos.

La nueva sociedad en Noruega ha surgido a través de uno de los socios de TENESO Europe SE, la compañía sueca MTAB, la cual ha adquirido la división de logística especializada de Ontime Logistics en Noruega. De esta manera se ha creado MTAB Norge AS, con oficinas e instalaciones logísticas con una superficie superior a los 1.000 metros cuadrados en Oslo y con una facturación en torno a los 8,5 millones de coronas noruegas al año (en torno a los 1,1 millones de euros)



www.g3logistic.com

Nueva planta de MACSA I.D.

La compañía, cuya previsión de facturación es de 22 millones de € para este año 2011, alcanza con esta nueva planta, en Sant Joan de Vilatorrada, más de 5.000 m2 dedicados a la identificación, codificación y marcaje en láser. La inversión ha sido de cerca de 700.000 € y, según su consejero delegado Jordi Piñot "*permitirá triplicar la capacidad de producción*". Además, ha señalado que esta nueva planta nace porque "*deseamos racionalizar todos los procesos y conseguir sinergias de producción obteniendo aún más calidad en nuestra gama de productos y servicios".*

Según Piñot, esta ampliación ha permitido pasar *"de un sistema productivo tipo taller a uno de fabricación por lotes, lo que nos permite un incremento de capacidad y reducción de costes"*. También ha supuesto la creación de 14 nuevos puestos de trabajo y la contratación de 8 becarios a través de convenios universitarios.

El acto de inauguración ha consistido en una reunión con el equipo directivo de esta empresa familiar manresana, y en una visita a las instalaciones. El acto contó con la presencia de Artur Mas, Presidente de la Generalitat de Catalunya, que descubrió una placa conmemorativa.

MACSA, proveedora de soluciones para la identificación, codificación y marcaje, ha alcanzando una cuota de mercado mundial superior al 10%, consolidándose como una de las empresas con mayor peso en el sector tecnológico de la trazabilidad y codificación. En estos momentos, el negocio de exportación representa un 49% del total de la cifra de negocio. Estos resultados son debidos a la alta penetración en los países del Sureste Asiático como Corea del Sur, China y Australia donde la compañía ha alcanzado acuerdos de primer orden con empresas como Samsung, LG y Hyundai, y a la solida posición que mantiene en los principales países europeos.

Parte de este crecimiento se está produciendo en el mercado tradicional de la firma, el marcaje en packaging, pero empieza a aumentar la demanda en otros segmentos como el del marcaje industrial. Para impulsar la presencia en este último, han abierto dos nuevas oficinas de representación en México y Singapur además de reforzar su catálogo con nuevos productos diseñados específicamente para este segmento de mercado (serie nano, I-Box, Green Laser, siendo este último diseñado exclusivamente para el sector aeronáutico, de semiconductores, marcaje de cristales y células solares).

www.macsa.com



La AMB 2012, cita ineludible



La construcción de maquinaria alemana continúa su crecimiento, no obstante, las economías en auge se encuentran sobre todo en los países emergentes, en los estados BRIC, es decir, en Brasil, Rusia, la India y China. Estos países demandan a menudo máquinas más sencillas. un creciente potencial de mercado al que los constructores de maquinaria alemanes han puesto su atención.

La AMB Exposición internacional del mecanizado de metales demostrará del 18 al 22 de septiembre de 2012 en Stuttgart que los constructores alemanes de máquinas herramienta no sólo son capaces de fabricar máquinas de alta tecnología sino también productos de serie en el sector de tecnología media.

Así, las innovaciones y los nuevos desarrollos de alta tecnología de los sectores principales que son las máquinas herramienta y las herramientas de precisión estarán presentes en esta nueva edición a la que se sumará esta tecnología media ampliando aún más la oferta.

Según la organización de la AMB, hay inscritos actualmente más de 1.000 expositores. Los 105.000 metros cuadrados brutos del recinto ferial volverán a estar completamente llenos. Además, los visitantes profesionales encontrarán en la AMB 2012 herramientas de sujeción, CAD, CAM, CAE, software, rectificadoras, manipulación de piezas y herramientas, así como técnica de medición. Se esperan unos 90.000 visitantes de todo el mundo.



www.messe-stuttgart.de/amb

Nuevo almacén de congelados automatizado de Partner Logistics Europe





El especialista en intralogística Klug GmbH integrierte Systeme de Teunz (Alemania) informa que ha suministrado para el nuevo almacén de congelados de Partner Logistics Europe (PLE) una solución de sistemas para el flujo de material. Este operador logístico posee y explota como proveedor de servicios logísticos varios almacenes automatizados en los Paises Bajos, Francia y Rusia. El nuevo almacén de estanterías automatizado para congelados en Argentan, en Normandía, abastece desde Febrero de 2011 tiendas de descuento francesas con helados.

Transelevadores, tecnología de transporte y de automatización están óptimamente ajustados, facilitando una mayor velocidad de los transelevadores y hasta un 16% más de potencia de lo habitual en la mecánica. El almacén tiene una capacidad de 40.000 paletas de tipo Euro, industria y CHEP, además de una superficie útil de 6.0000 m² y 35 metros de altura, caracterizándose por particularidades de control y flujo de materiales adicionales. Los tres transelevadores pueden transportar a la vez 2 paletas reponiendo o extrayendo de los canales, que tienen diferentes profundidades, según el tipo de paleta pudiendo tener hasta 10 ubicaciones.



Cabe destacar que la producción se encuentra actualmente a sólo un kilómetro de distancia del nuevo almacén. Así, en un corto transporte, sus paletas y descargadas del camión, comprobadas y almacenadas automáticamente. En las 27 líneas de salida, dos carros transferidores ponen a disposición en una vía las paletas a enviar.

www.klug-is.de

Nueva aplicación de Nacex para Smartphone

La firma de transporte urgente de paquetería y documentación de Grupo Logista, ha puesto a disposición de sus clientes la nueva aplicación para gestión de incidencias a través de smartphone.

Esta opción permite intervenir al destinatario en la gestión de las incidencias de las entregas, facilitando la solución más apropiada según el caso. Esta nueva aplicación complementa a la que ya se lanzó recientemente para iPad y iPhone, con la que los clientes pueden controlar con total seguridad el estado de sus envíos en todo momento.



Nacex sigue invirtiendo en la última tecnología aplicada a la trazabilidad y la seguridad de sus envíos, con herramientas que facilitan el uso iable y rápido de la información.

www.nacex.es

Servicio especial de Iberia Handling

Iberia handling ha atendido al primer Boeing B747-800 carguero que ha aterrizado en el aeropuerto de Madrid. Se trata de un avión de la compañía British Airways con matrícula G-GSSD que llegó a Barajas el pasado 5 de diciembre a las 16:00.



Debido a sus dimensiones, el avión tuvo que desplazarse desde la T4, donde aterrizó, hasta el parking 165 en la T1, el único con capacidad para albergarlo. Durante ese trayecto no se cruzó con ningún otro avión y, de hecho, todos los vuelos que tenían su salida desde la T1 en ese momento, tuvieron que permanecer junto a las puertas de embarque a que pasara este B747-800.



Iberia handling también ha atendido recientemente a otro carguero Boeing B747-400 de la compañía Atlas que procedía de Washington y transportaba parte del timón de dirección para un Airbus A340 de Iberia. El personal de Iberia descargó esta pieza, de cerca de 1.800 kilos y unas dimensiones de 10,5 x 2,3 metros, en solo 10 minutos y a pesar de que tuvo que utilizar dos plataformas por sus grandes dimensiones.

http://handling.iberia.es

Sudoku

Principiante

	9						8	
3	1	7				9	6	4
			6		3			
9			5	2	7			8
		6				7		
8			3	1	6			9
			4		9			
7	6	4				8	9	5
	8						1	

Medio

	2		9		5		8	
		1		6		3		
			8		3			
3		2				6		4
			6		7			
6		5				9		8
			7		2			
		4		8		1		
	5		1		6		3	

Rellene las casillas de los módulos de 9 recuadros con cifras del 1 al 9, sin repetir ningún número en la misma columna, fila y módulo.

Crucigrama

Horizontales:

1.- Rebobinado. 2- Persona que enuncia un mensaje en un acto de comunicación. Cinco en la numeración romana. 3.- Cerebro. Se atreve. 4.- Descendencia. Símbolo químico del aluminio. 5.- Salir de alguna parte. 6.- Símbolo químico del germanio. A la cola. 7.- Varilla puntiaguda en que se clava y se pone al fuego lo que se quiere asar. Este. 8.- Símbolo matemático del radio de una circunferencia. Dios egipcio. Cada uno de los grandes períodos de la evolución geológica o cósmica.

	1	2	3	4	5	6	7	8
1								
2							■	
3					■			
4						■		
5								■
6			■					
7							■	
8		■			■			

Verticales

1.- Iniciar un vuelo. 2.- Sales del agua. 3.- Lente o sistema óptico para enfocar una imagen. Voz militar de mando. 4.- Acalorada de tanto tomar el sol. 5.- Negación. Pronombre demostrativo 6.- Anillo. Voz usada para estimular a las bestias. 7.- Quinientos en la numeración romana. Nombre bíblico de mujer. Decimonovena letra del alfabeto español. 8.- Tiene forma de huevo. Exista.

Soluciones

Principiante

6	9	5	1	7	4	3	8	2
3	1	7	8	5	2	9	6	4
4	2	8	6	9	3	1	5	7
9	4	1	5	2	7	6	3	8
5	3	6	9	4	8	7	2	1
8	7	2	3	1	6	5	4	9
1	5	3	4	8	9	2	7	6
7	6	4	2	3	1	8	9	5
2	8	9	7	6	5	4	1	3

Medio

4	2	3	9	1	5	7	8	6
7	8	1	2	6	4	3	9	5
5	9	6	8	7	3	2	4	1
3	1	2	5	9	8	6	7	4
8	4	9	6	2	7	5	1	3
6	7	5	4	3	1	9	2	8
1	3	8	7	5	2	4	6	9
2	6	4	3	8	9	1	5	7
9	5	7	1	4	6	8	3	2

D	E	V	A	N	A	D	O
E	M	I	S	O	R	■	V
S	E	S	O	■	O	S	A
P	R	O	L	E	■	A	L
E	G	R	E	S	A	R	■
G	E	■	A	T	R	A	S
A	S	A	D	O	R	■	E
R	■	R	A	■	E	R	A

mercadoindustrial.biz
punto de encuentro de la industria

Nacex ha colaborado con Cáritas en Navidad

La conocida firma de transporte urgente de paquetería y documentación ha colaborado con Cáritas Barcelona en la reciente campaña navideña. Del 21 al 23 de diciembre, llevó a cabo la recogida y posterior entrega de los alimentos que se reunieron en todos los clubs deportivos colaboradores de la provincia de Barcelona, llamados Clubs amb Cor que se sumaron a la causa. Se trata de más de 40 clubs que se unieron a esta iniciativa recogiendo alimentos en su población, y que Nacex depositó en la central de Cáritas Barcelona.

Los alimentos donados serán repartidos en los diferentes proyectos de Cáritas Barcelona. También las agencias Nacex y los empleados de las oficinas centrales colaboraron aportando un total de 320 kg de alimentos que se depositaron en el almacén de Cáritas Barcelona.

www.nacex.es www.caritas.es



Jordi Roglá de Leuw, director de Cáritas Diocesana de Barcelona y Manel Orihuela, subdirector general de Nacex, firmaron el acuerdo de colaboración con el que Nacex pasa a formar parte de las empresas reconocidas por Cáritas como Entitats amb Cor (Entidades con Corazón), que colaboran de forma regular en numerosos proyectos de la organización.

TCB recibe el premio EMAS Catalunya 2011

Terminal de Contenedores de Barcelona, empresa perteneciente a Grup TCB, ha sido galardonada con el premio EMAS Catalunya 2011.

El Club EMAS está formado por organizaciones de diferentes sectores de actividad y dimensiones que tienen en común su participación en el sistema comunitario de gestión y auditoría medioambiental (EMAS). Su Premio anual tiene como objetivo estimular la mejora del sistema de gestión ambiental. El galardón no tiene dotación económica y reconoce las mejores acciones llevadas a cabo por las organizaciones EMAS.

TCB ha sido la primera empresa de contenedores en España que ha recibido esta certificación EMAS (Eco-Management and Audit Scheme - Reglamento Comunitario de Ecogestión y Ecoauditoría).

www.tcbcn.com www.clubemas.cat



El Conseller de Territori i Sostenibilitat del Gobierno catalán, el presidente del Club EMAS y el director de calidad de TCB, en el acto de reconocimiento.

Redacción:
redaccion@mercadoindustrial.biz

Administración y publicidad:
info@mercadoindustrial.biz
C/ Puig i Cadafalch nº 11, 3º-2ª
08035 Barcelona
Tel 93 531 18 55

D.L. Internet B-20885-2006
ISSN 1886-2330

E-mailing
15.000 direcciones de correo electrónico.